



HANDREICHUNG

Digitale Methoden der
kommunalen Jugendbeteiligung
in Baden-Württemberg 2020

lpb

Landeszentrale
für politische Bildung
Baden-Württemberg

HANDREICHUNG –

Digitale Methoden der
kommunalen Jugendbeteiligung
in Baden-Württemberg 2020

Impressum

Herausgegeben von der Landeszentrale für
politische Bildung Baden-Württemberg
Fachbereich Jugend und Politik
Lautenschlagerstraße 20
70173 Stuttgart
Telefon 07 11.16 40 99-0
E-Mail: lpb@lpb-bw.de
Internet: www.lpb-bw.de

Redaktionsleitung

Angelika Barth

Redaktionsteam:

Sarah Blum, Jonathan Hölker,
Annika Reinfurt, Benedikt Reusch

Zeichnungen

Martina Peao

Zeitraum der Erhebung

Juli – Oktober 2020

Redaktionsschluss

Januar 2021

Layout

VH7 Medienküche GmbH
www.vh7.de

Inhaltsverzeichnis

Wozu diese Handreichung?	1
1. Online-Wahlen von Jugendgremien	3
2. Online-Umfragen unter Jugendlichen in der Kommune	7
3. Jugendbeteiligungs-Apps in den Kommunen	14
Fazit: Praxis digitaler Jugendbeteiligung in Baden-Württemberg	19

Zitate aus der LpB-Studie
Kommunale Jugendbeteiligung 2018

Zitate aus der LpB-Jugendstudie
Kommunale Jugendbeteiligung 2019



Wozu diese Handreichung?

(Digitale) Jugendbeteiligung in Baden-Württemberg

Im Jahr 2018 hat der Fachbereich Jugend und Politik der Landeszentrale für politische Bildung (LpB) alle 1.101 Kommunen in Baden-Württemberg kontaktiert und zu ihrer Kinder- und Jugendbeteiligung befragt. Von den 1.068 Rückläufen gaben circa die Hälfte an, Jugendliche zu beteiligen. Von diesen wiederum sagten knapp 20%, dass sie digitale Medien in der Jugendbeteiligung einsetzen. Demgegenüber stimmten fast 75% der befragten kommunalen Mitarbeitenden der Aussage zu, dass digitale Jugendbeteiligung in Zukunft wichtiger werden wird.

Bei der Befragung der Jugendlichen in der LpB-Jugendstudie 2019 nannten allerdings nur gut 32% der 1.571 Jugendlichen, die sich bisher noch nie beteiligt hatten, eine Online-Beteiligung als Wunschformat.

Wie sind digitale Methoden der Jugendbeteiligung also einzuordnen? Welchen Mehrwert haben Sie? Wo sind sie sinnvoll und welche Erfahrungen haben Kommunen mit digitalen Tools bisher gemacht?

Was ist digitale Beteiligung?

Digitale Jugendbeteiligung ist keine eigenständige „Form“ der Jugendbeteiligung. Unterscheidet man die klassischen Reinformen „parlamentarisch-repräsentative“, „offene“ und „projektbezogene“ Jugendbeteiligung, zeigt sich, dass jede dieser Formen mit digitalen Medien und Methoden ergänzt werden kann.

Eine digitale Umfrage unter allen Jugendlichen einer Kommune ist Teil eines offenen Beteiligungsprozesses, der Handyvideowettbewerb für Jugendliche zur Neugestaltung des Marktplatzes wiederum ist eine projektbezogene Form und die Social Media-Arbeit eines Jugendgemeinderats ist weiterhin Teil der parlamentarisch-repräsentativen Form von Jugendbeteiligung.

Schaut man sich die Realität in den Kommunen genauer an, stellt man fest, dass die Formen kombiniert, also den jeweiligen Bedürfnissen und Möglichkeiten angepasst werden und selten in Reinform vorliegen. Vielmehr werden Formate um

digitale Komponenten ergänzt und erweitert oder bestimmte Beteiligungsschritte ins Internet verlegt.

Die Erfahrung zeigt, dass es nur wenige Kommunen gibt, die ausschließlich mit digitalen Jugendbeteiligungsangeboten arbeiten. Das Mittel der Wahl ist der Methodenmix aus „analoger“ Beteiligung vor Ort mit direktem, persönlichem Austausch und digitalen Elementen vor, während und nach Live-Treffen.

Gerade weil aber die Erwartungen an digitale Beteiligungsmethoden oft so groß sind wie die Wissenslücken in diesem Feld und weil die Covid-19-Pandemie Online-Aktivitäten noch stärker in den Fokus gerückt hat, soll dieser Aspekt der kommunalen Jugendbeteiligung mit dieser Handreichung gesondert betrachtet werden.

Wir haben dafür die Daten und Erkenntnisse aus der LpB-Studie 2018 zum Aspekt „digitale Jugendbeteiligung“ herangezogen und bei den Kommunen nochmal nachgefragt, welche Erfahrungen sie mit digitalen Methoden gemacht haben.

Wahlen, Umfragen, Apps

Der Schwerpunkt dieser Untersuchung liegt auf dem Einsatz von

1. Onlinewahlen von Jugendgremien
2. Onlineumfragen der Kommune und
3. Jugendbeteiligungs-Apps in den Kommunen.

Die Fokussierung auf diese drei Einsatzgebiete von digitalen Medien in der Jugendbeteiligung schien uns sinnvoll, da es in der Praxis schon Erfahrungen mit diesen Formaten gibt und der Bedarf an mehr Information immer wieder an die LpB herangetragen wurde. Die vorliegende Handreichung versteht sich also nicht als umfassende Übersicht, welche Methoden, Apps und Anwendungen es auf dem „Markt“ gibt, sondern beschränkt sich auf die Formen, die wir für Baden-Württemberg erhoben haben.

Dabei erfüllen diese drei digitalen Formen unterschiedliche Funktionen in der Beteiligung von Jugendlichen.

Wenn ein **Jugendgremium online gewählt** wird, wird ein Teil des Beteiligungsprozesses dieser parlamentarisch-repräsentativen Form digitalisiert, ohne dass das die Form an sich nennenswert verändert. Natürlich verändert sich dadurch die Vorbereitung und Durchführung der Wahl, aber sonst bleibt z.B. die Gremienarbeit weitgehend unberührt von der Art und Weise, wie die Wahl durchgeführt wird.

Onlineumfragen können sowohl in offenen als auch in projektbezogenen Beteiligungsprozessen eingesetzt oder z.B. auch von einem Jugendgemeinderat initiiert und durchgeführt werden – Onlineumfragen können also an unterschiedlichen Stellen zum Einsatz kommen.

Jugendbeteiligungs-Apps hingegen bieten meist mehrere Funktionen an, die zu unterschiedlichen Zeitpunkten im Beteiligungsprozess einsetzbar sind: Information, Kommunikation, Umfragen und mehr. Im Gegensatz zu einer Onlinewahl oder einer

für sich stehenden Onlineumfrage ist eine App in der Regel eine permanente Plattform, die stetige Kommunikation zwischen Kommune und Jugendlichen ermöglicht und erfordert.

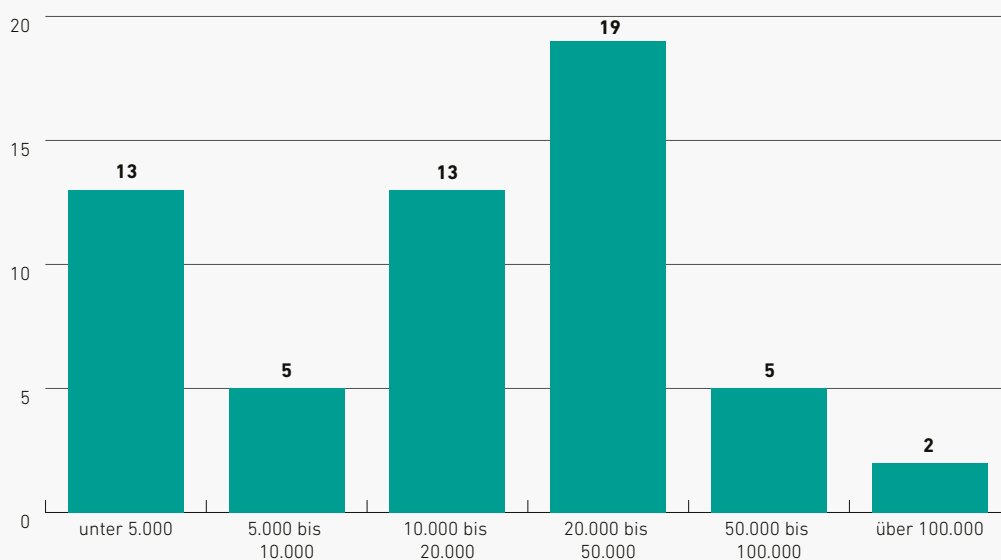
Erhebung der Daten

Um diese Einsatzmöglichkeiten von digitalen Medien bzw. Tools in Beteiligungsprozessen besser zu verstehen, haben wir zwischen August und Oktober 2020 insgesamt 86 Kommunen kontaktiert und gezielt nach den Einsatzweisen und Erfahrungen gefragt. Diese 86 sind Kommunen, die

- in der LpB-Studie „Kommunale Jugendbeteiligung 2018“ angegeben haben, eine oder mehrere der drei digitalen Formen zu nutzen
- in der Jugendgemeinderats-Statistik der LpB angegeben haben, Online-Wahlen durchzuführen oder
- nach unseren eigenen Recherchen eine der drei digitalen Formen genutzt haben.

Von 57 Kommunen konnten aussagekräftige Informationen eingeholt und ausgewertet werden. Bei den 29 Kommunen, die nicht ausgewertet wurden, waren entweder die verantwortlichen Personen nicht mehr in der Kommune tätig, nicht erreichbar oder das Online-Tool hatte sich nicht explizit auf Jugendliche bezogen (z. B. Beteiligungs-Apps für alle Bürger/-innen). Manchmal stellte sich im Interview heraus, dass es sich um keine echte digitale Beteiligung handelte (z. B. der Hinweis, dass ein Fragebogen auch per E-Mail zurückgeschickt werden kann).

Ausgewertete Kommunen nach Einwohnerzahl (N = 57, Angaben in absoluten Zahlen)



Die Kommunen, die ausgewertet wurden, sind größtenteils kleine und mittelgroße Städte und Gemeinden zwischen 10.000 und 50.000 Einwohner/-innen. Kommunen unter 5.000 bzw. 10.000 Einwohner/-innen sind hier, wie bei (digitaler) Jugendbeteiligung generell, unterrepräsentiert, da sie insgesamt in Baden-Württemberg die größte Gruppe bilden.

Ziel dieser Handreichung ist es, den aktuellen Stand der genannten Formen digitaler Jugendbeteiligung zu beleuchten und die Erfahrungen der Kommunen – die Good Practice-Beispiele, aber auch die Irrtümer und Missverständnisse –

aufzubereiten und für Praktiker/-innen vor Ort zur Verfügung zu stellen.

Dieser Überblick und die Erfahrungen aus der Praxis der Kolleg/-innen in der kommunalen Jugendbeteiligung sollen hiermit auch anderen zur Verfügung gestellt werden.

**Fachbereich Jugend und Politik
Landeszentrale für politische Bildung
Baden-Württemberg,**

Januar 2021

1. Online-Wahlen von Jugendgremien

2018 beteiligten 105 Kommunen in Baden-Württemberg Jugendliche über ein gewähltes Gremium (vgl. Studie kommunale Kinder- und Jugendbeteiligung 2018). Die Wahlen finden meistens in Wahllokalen in Schulen statt, wo die Jugendlichen Papierstimmzettel ausfüllen. Diese werden nach Ende des Wahlzeitraumes ausgezählt. Es geht aber auch anders: Wir haben Daten aus 15 Kommunen, deren Jugendgremium (z. B. Jugendgemeinderat) **online** gewählt wird. Darunter sind Gremien, die sich von Anfang an für eine Online-Wahl entschieden haben, aber auch solche, die zunächst analoge Wahlen durchgeführt haben. Wie verbreitet ist die Online-Wahl insgesamt in Baden-Württemberg? Die Landeszentrale für politische Bildung führt eine Statistik der Jugendgemeinderäte in Baden-Württemberg. Diese Statistik liefert auch Informationen zum Wahlverfahren. 17 Gremien nutzen regelmäßig eine Online-Wahl (Stand: September 2019). Im „Corona-Jahr“ 2020 haben zudem einige weitere Gremien außerplanmäßig online statt analog gewählt. Fehlende Daten aus Kommunen, von denen wir wissen, dass sie eine Online-Wahl nutzen, erklären sich folgendermaßen:

- Die Kommune war nicht erreichbar oder
- Die erste Online-Wahl des Gremiums fand nach unserem Befragungszeitraum statt

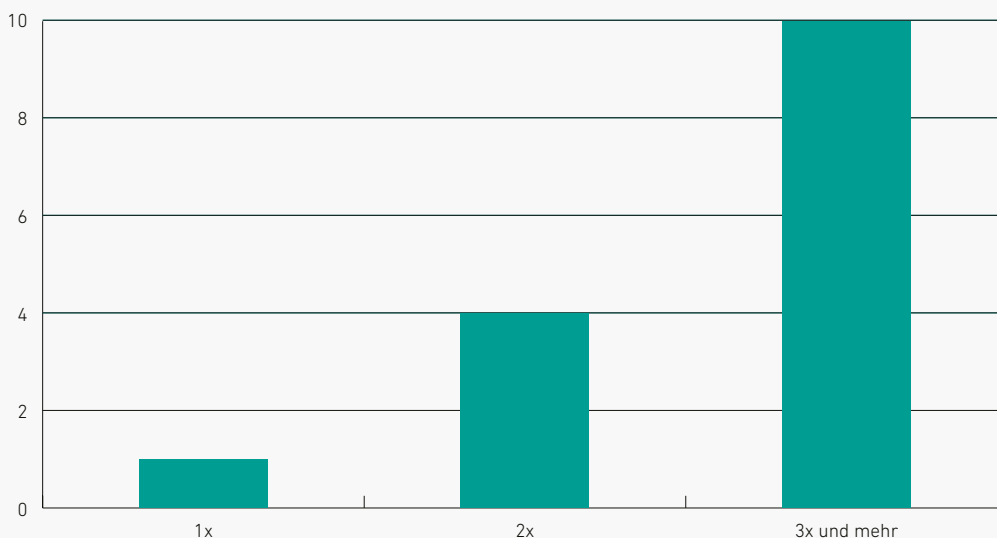
14 der 15 befragten Kommunen nutzen die Online-Wahl regelmäßig, eine Kommune gab an, dass ihr Jugendgremium (nur) pandemiebedingt online gewählt wurde.

Für die Online-Wahl muss eine Plattform eingerichtet werden, auf der die Stimmgabe stattfinden kann. Viele Kommunen nutzen hierfür die Software kommerzieller Anbieter, für die sie pro Wahldurchführung bezahlen. Grundsätzlich besteht auch die Möglichkeit, eigene Software zu programmieren/programmieren zu lassen.

60 %

In 9 von 15 Kommunen wurde das Gremium vorher analog gewählt.

„Wie oft wurde der Jugendgemeinderat bereits online gewählt?“ (N=15)



Wie führen die Kommunen die Online-Wahl ihres Jugendgremiums durch?



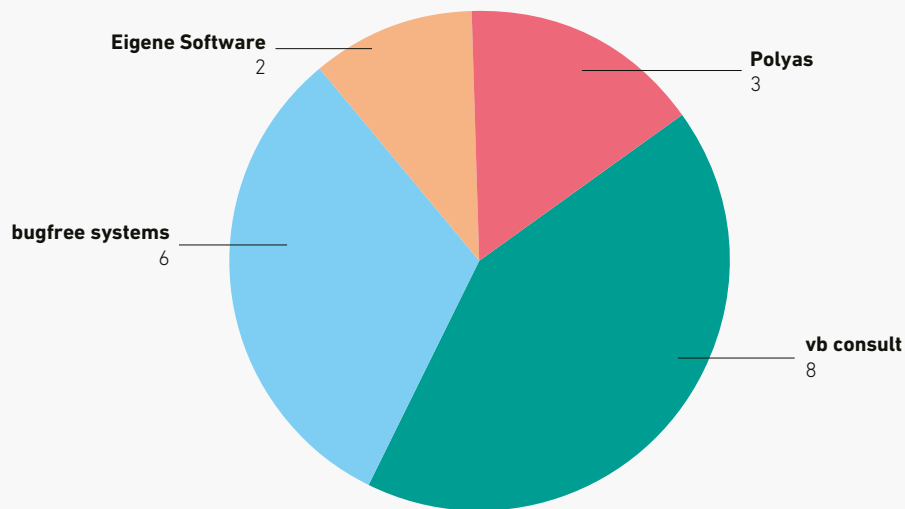
Alle 15 befragten Kommunen nutzen eine Wahl-Software, bei der auf einer Plattform die Eingabe eines Wahl-Codes (TAN) erforderlich ist. Ein übliches Vorgehen ist dabei:

- Die Adressen der Wahlberechtigten erhalten sie über das Einwohnermeldeamt, manchmal über Schulen
- Der jeweilige Anbieter richtet die Wahlplattform ein und liefert der Kommune Einmal-TANs
- Diese TAN bekommen die Jugendlichen per Post nach Hause geschickt
- Gewählt wird in der Regel am eigenen Gerät. Manche Kommunen bieten zusätzlich Wahltage in den Schulen an.

Anbieter von Wahl-Software und Kosten einer Online-Wahl

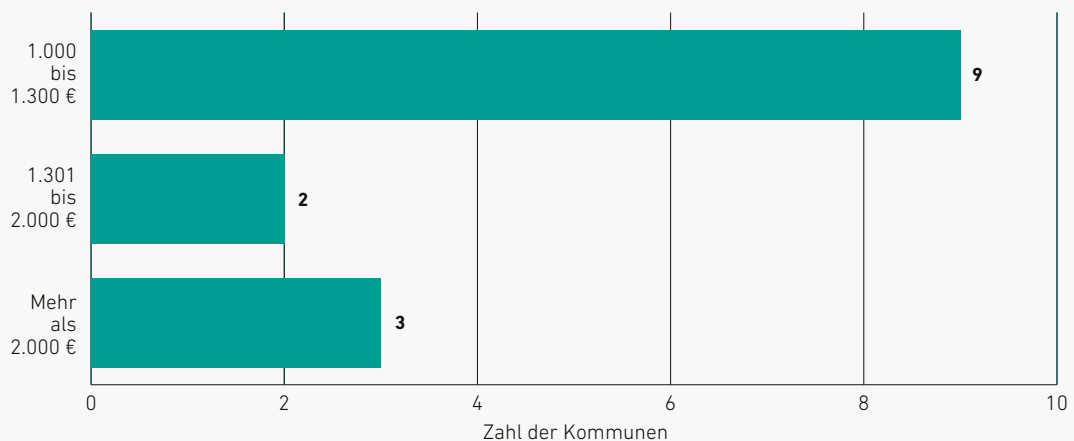
„Welchen Anbieter haben Sie genutzt?“

(N = 15, Mehrfachnennungen möglich)




„Wie hoch waren die Kosten des Tools pro Wahldurchführung?“

(N = 14)



Verbreitet sind vor allem die Tools von **VB consult GmbH** (Aalen) und **Bugfree Systems** (Schönaich). Drei Kommunen haben im Laufe der Zeit den Anbieter gewechselt. Zwei Kommunen haben außerdem selbst programmierte Software genutzt. Wichtig zu wissen: Die Kommunen bezahlen für die Dienstleistung der Anbieter pro Wahldurchführung, nicht einmalig für die Anschaffung. Für die Nutzung ihres Wahl-Tools sind den meisten Kommunen pro Wahldurchführung Kosten zwischen 1.000 und 1.300 € entstanden, nur drei von 15 geben an, mehr als 2.000 € ausgegeben zu haben. Nicht inbegriffen sind weitere Kosten, z.B. für Wahlwerbung. Einige Kommunen haben bei den Anbietern die Durchführung von mehreren Wahlen „im Paket“ gekauft und konnten so im Vergleich zur Einzelnutzung Kosten einsparen.



Außer den drei Anbietern, die die 15 Kommunen nutzen, gibt es noch weitere Firmen, die Wahl-Software vermarkten. Diese Handreichung empfiehlt keine Anbieter, sondern bildet lediglich ab, welche zum Erhebungszeitpunkt nach unserer Kenntnis tatsächlich genutzt wurden.

Online-Wahl: Erfolgsrezepte und mögliche Stolpersteine

Die Online-Wahl hat zwar insofern weniger Aufwand gemacht, dass keine manuelle Auszählung nötig war. Trotzdem musste die Wahl natürlich aufwendig beworben werden! Der Aufwand war also nicht SO viel geringer.

Jugendreferentin einer Kommune mit ca. 10.000 Einw.

Wählen die Jugendlichen über eine Online-Plattform, entfällt das Auszählen von Papier-Stimmzetteln. Diese Aufwandsreduktion ist das Hauptargument der 15 befragten Kommunen für die Online-Wahl (siehe dazu die weiter unten abgebildete Wortwolke). Die Stimmenauszählung bildet natürlich nur einen Teil des zeitlichen Aufwands, den eine Kommune mit der Wahl ihres Jugendgremiums hat.

Um mit dem digitalen Wahlverfahren möglichst viele Jugendliche zu erreichen – ein weiteres häufig genanntes Argument für die Online-Wahl – ist eine

intensive Werbekampagne wichtig. Die Kommunen nutzen zahlreiche Kanäle, um auf die Wahl hinzuweisen. Die Devise: „Die Mischung macht’s.“ Kommunen, die erfolgreich mit der Online-Wahl sind, nutzen nicht nur klassische Medien wie Amtsblatt, Lokalpresse, Printprodukte und Social Media, um auf die Wahl aufmerksam zu machen. Sie ergänzen ihre Kampagne z.B. durch Veranstaltungen, um Kandidierende kennenzulernen oder drehen Videos. Gute Beziehungsarbeit ist eine notwendige Voraussetzung dafür, dass ein digitales Wahlverfahren von den Jugendlichen angenommen wird.

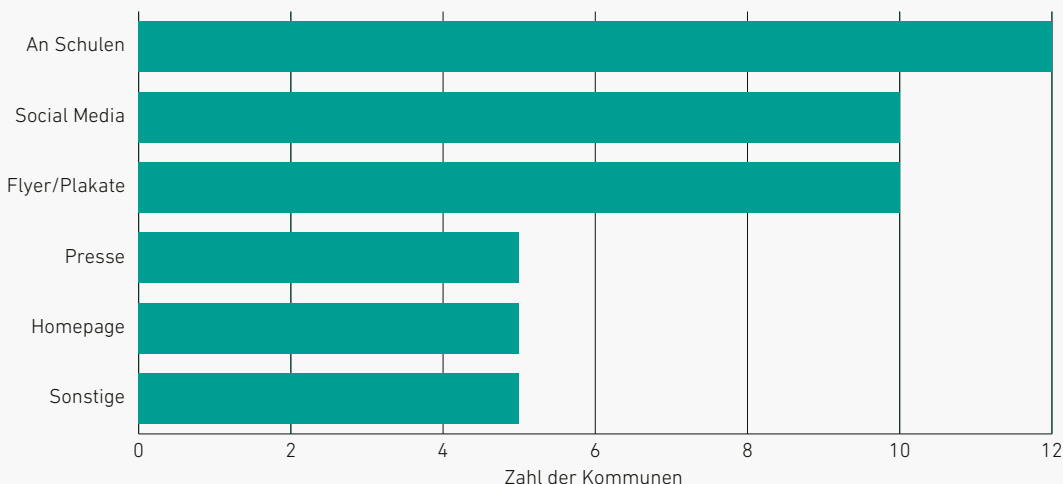
Schulen sind hierfür oft der erste Ansatzpunkt. Analoge Wahlen finden meistens in Wahllokalen an den örtlichen Schulen statt. Zwei von 15 Kommunen geben mangelnden Kooperationswillen der Schulen als Grund dafür an, dass ihr Gremium online gewählt wird. Zwar ist man durch ein digitales Wahlverfahren weniger auf die Kooperation der Schulen angewiesen, gleichzeitig bleiben sie ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt, für die Bewerbung der Wahl. Es ist sicher kein Zufall, dass eine große Mehrheit der Kommunen (zwölf von 15) an Schulen Werbung macht.

ZUSAMMENARBEIT MIT SCHULEN SCHWIERIG
JUGENDGERECHTER
 MEHR JUGENDLICHE ERREICHEN
WENIGER AUFWAND (AUSZÄHLEN)
 WAHLTOOL: DATENABFRAGE BEREITS WÄHREND WAHL
CORONA (DIGITALER) FORTSCHRITT

Gründe für die Online-Wahl. Fett und größer geschrieben = häufiger genannt

„Wie wurde die Wahl beworben?“

(N = 15, Mehrfachnennungen möglich)



Bei der Frage, ob durch die Online-Wahl im Vergleich zur analogen Variante ein Anstieg oder Rückgang der Wahlbeteiligung festzustellen ist, sind die Antworten gemischt. Genau wie andere digitale Methoden und Formate ist die Online-Wahl kein Selbstläufer. Sie wird von jungen Menschen nicht allein deshalb gut angenommen, weil sie online stattfindet,

sondern braucht eine umfangreiche (Offline-) Begleitung. Das geschieht in der Praxis oft in Schulen, aber auch durch Vereine, auf Info-Veranstaltungen und nicht zuletzt über die persönlichen Netzwerke der aktuellen Mitglieder des Jugendgremiums.

Der Nachteil einer Online-Wahl ist natürlich, dass ich da weniger Einfluss habe, wenn es keine Wahllokale in den Schulen gibt. Also ich kann dann nicht in der Schule zu den Jugendlichen gehen und sagen ‚Hey, geh doch [heute] wählen‘.

Betreuerin eines Jugendgremiums einer Kommune mit ca. 20.000 Einw.

Die gute Wahlbeteiligung in unserer Kommune ist kein Zufall, sondern das Ergebnis harter Arbeit. Sie resultiert u. a. aus der guten Kooperation mit den Schulen, die aktiv bei der Wahl mithelfen.

Jugendreferent einer Kommune mit ca. 30.000 Einw.

Kurz gefasst:

Die Online-Wahl erspart das manuelle Auszählen der Stimmen, so viel steht fest. Ob das digitale Wahlverfahren von den Jugendlichen vor Ort angenommen wird, hängt aber vor allem von den begleitenden Maßnahmen der Kommune ab. Gremien, die Erfolg mit der Online-Wahl haben, bauen diesen in der Regel durch kontinuierliche Beziehungsar-

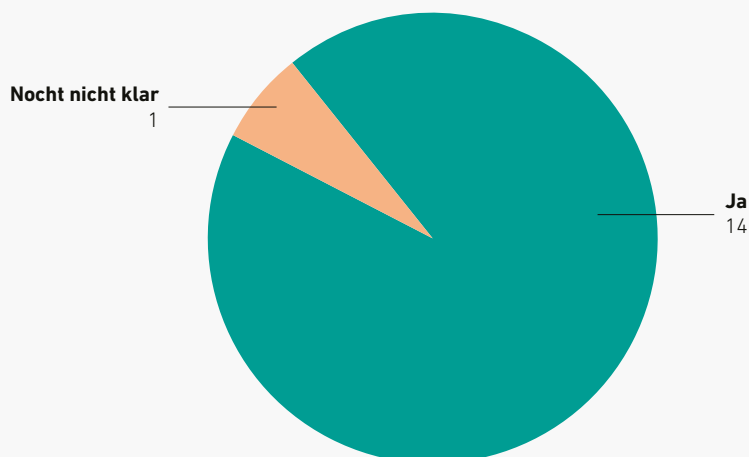
beit, persönliche Ansprache und kreative Wahlkampagnen, die über Presse und Social Media hinausgehen, auf. Mit ihrer Wahlbeteiligung sind nicht alle zufrieden, trotzdem wissen 14 von 15 Kommunen: Auch die nächste Wahl wird wieder online stattfinden.

Mit unserem Wahltool lief alles super, die [Anbieter] sind sehr hilfsbereit! Außerdem kann man während der Wahlzeit alles überblicken. Also wie viele haben gewählt, von welchen Schulen sind die Wähler/-innen etc. Aber Achtung, je nach Wahlordnung muss der Anbieter ggf. Anpassungen im System vornehmen, falls das Standardmodell nicht ‚passt‘.

Betreuerin eines Jugendgremiums einer Kommune mit ca. 25.000 Einw

„Soll die nächste Wahl wieder online stattfinden?“

(N = 15)



2. Online-Umfragen unter Jugendlichen in der Kommune

Umfragen sind ein gutes und niederschwelliges Instrument, um von möglichst vielen Menschen ein Stimmungsbild und Meinungen zu bestimmten Themen einzuholen. Gerade dafür eignet sich der digitale Weg ganz besonders.

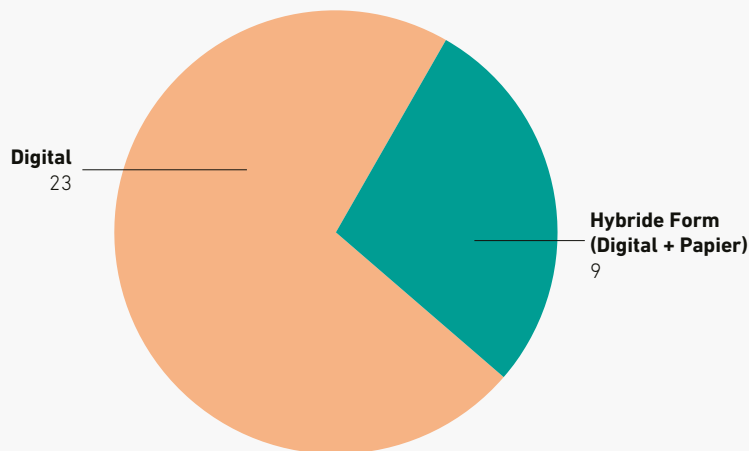
Was für einen Zweck verfolgt eine Umfrage? Wie sollte die (digitale) Umfrage gestaltet sein? Welche Fragen sind zielführend? Was soll mit den Ergebnissen passieren? Welche Art der Aufbereitung brauche ich dafür? Welches Tool verwende ich? Die meisten dieser Fragen stellen sich bei jeder Befragung, bei Umfragen in digitaler Form aber ganz besonders, da die technischen Rahmenbedingungen das Ergebnis und damit die Aussagekraft beeinflussen können (z. B. die Entscheidung darüber, ob eine Frage übersprungen werden kann oder mehrere Antworten angekreuzt werden können).

Wir haben 32 Kommunen in Baden-Württemberg befragt, die in den Jahren 2017 bis 2020 eine

Online-Umfrage durchgeführt haben. Aus Ihren Erfahrungen können wir Empfehlungen für die Praxis ableiten. Obwohl der Fokus hier auf Umfragen liegt, die ganz oder teilweise digital durchgeführt wurden, gelten diese Erfahrungen und Tipps für alle Arten von Umfragen.

Die Rückmeldungen aus den Kommunen zeigen, dass Umfragen unter Jugendlichen entweder nur analog, nur digital oder als Mischform durchgeführt werden. Von den 32 befragten Kommunen haben sich im untersuchten Zeitraum 23 für eine reine Online-Umfrage entschieden. Neun Städte und Gemeinden haben eine hybride Form gewählt, also neben dem digitalen Fragebogen auch einen Papier-Fragebogen verwendet. Einige Kommunen haben bereits mehrfach Jugendliche vor Ort befragt und dabei unterschiedliche Vorgehensweisen gewählt.

Art der Umfrage (letzte durchgeführte Online-Umfrage, N = 32, Angaben in absoluten Zahlen)



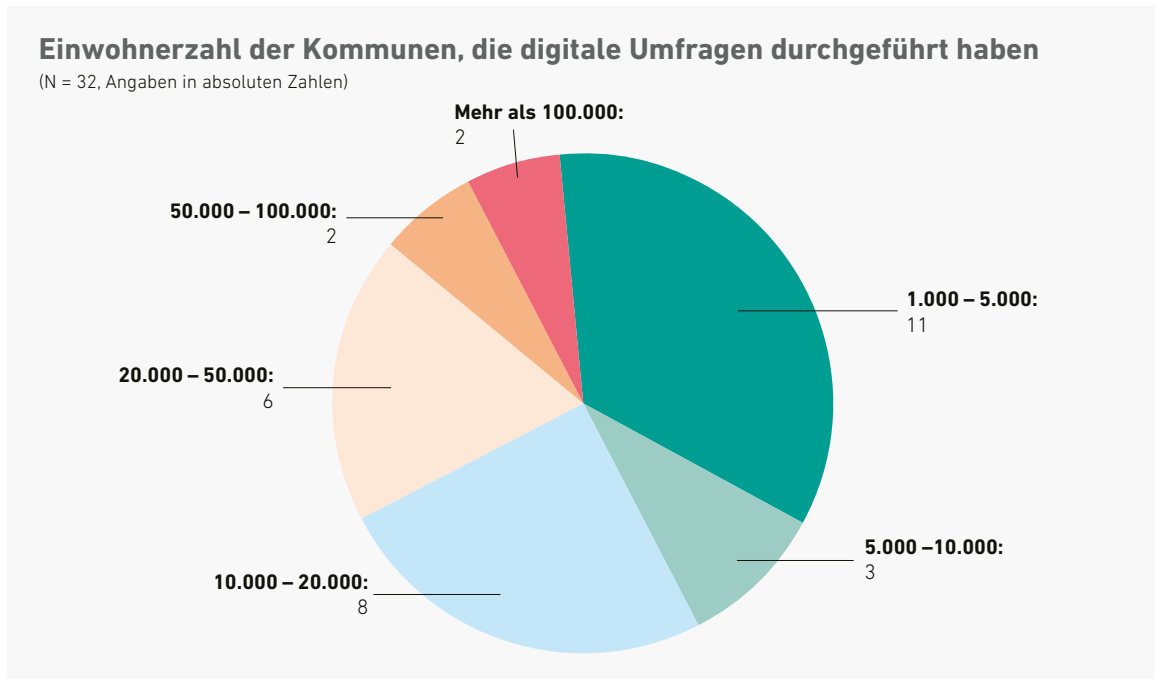
Es wäre auch sau cool, wenn es so eine Plattform gäbe, so wie z. B. strawpoll mit Umfrage. Sowas halt nur vom Landtag oder Rathaus oder Bezirksrathaus. So dass man da sagen kann: Jo, was willst du machen? Was hast du für Ideen? Dass man die dann sammelt und dann aus den Besten abstimmt was passieren soll.

Dennis, 15 Jahre, Gymnasiast aus einer Stadt mit über 100.000 Einw.

Welche Kommunen nutzen digitale Umfragen?

Unter den Kommunen mit 1.000 – 5.000 Einwohner/-innen haben elf und damit in unserer Befragung die meisten Online-Umfragen stattgefunden. Allerdings ist das auch die Kategorie mit den

meisten Kommunen in Baden-Württemberg (503). Der Anteil derer, die innerhalb dieser Gruppe Online-Umfragen durchgeführt haben, beträgt 2,2 %.



Anlass und Ziel der Umfragen

Als Hauptargument für eine digitale Umfrage wird – ähnlich wie bei der Online-Wahl – meist die vereinfachte Auswertung angeführt. So werden keine Rücklaufzettel gesammelt, die Antworten liegen bereits als digitaler Datensatz vor und müssen nur aufbereitet und ausgewertet werden. Die Anlässe und Ziele von Online-Umfragen lassen sich in vier Kategorien ordnen:

1. Begleitmaßnahme oder Initiierung von Jugendbeteiligung

- ➔ Entscheidung der Kommune für ein Beteiligungsformat: "Wie würdest du dich gerne beteiligen?"
- ➔ Vorbereitung auf Veranstaltungen (z. B. Jugendforum): „Über welche Themen möchtest du beim bevorstehenden Jugendforum diskutieren?"

2. Stimmungsbild der Jugendlichen im Ort

- ➔ Kennenlernen der Bedürfnisse, Anliegen und Ideen von Jugendlichen für ihre Kommune „Wie verbringst du deine Freizeit vor Ort? Welche Ideen hast du, um deinen Wohnort attraktiver zu gestalten?"

3. Projektbezogene Umfragen

- ➔ Meinung der Jugendlichen zu einem spezifischen kommunalen Vorhaben „Welche Ballspielplätze sollen in der Kommune gebaut werden?"

4. Sonstige Umfragen

- ➔ Beispiel: Teilnahme an einem EU-Projekt zum Thema „Ländlicher Raum" und Bleibeorientierung von Jugendlichen: „Kannst du dir vorstellen, auch später mal an deinem jetzigen Wohnort zu leben?"

Gestaltung der Umfrage:

- 10 – 15 Fragen
- ca. 5 – 10 Minuten Bearbeitungszeit
- Mix aus offenen und geschlossenen (Ja-/Nein-) Fragen
- Mix aus Freitextfeldern und vorgegebenen Antwortmöglichkeiten

Die Gestaltung des Fragebogens kann die Qualität der Ergebnisse entscheidend beeinflussen. Die Angaben sind eine Orientierungshilfe. Sind (digitale) Umfragen zu lang, steigt die Abbruchquote und die Anzahl der Falschantworten. Eine weitere Möglich-



keit ist die Bewertung von Aussagen auf einer Skala. Verwenden Sie hier eine Skala, die intuitiv verständlich und nicht zu ausdifferenziert ist! Empfehlenswert ist zum Beispiel eine 4-er oder 5-er Skala. Damit die Umfrageteilnehmer/-innen die Aussage bewerten können, sollten Sie ihre Skala beschriften, z. B. mit Abstufungen zwischen „stimme voll zu“ und „stimme gar nicht zu“. Alternativ oder ergänzend können Sie diese Abstufungen auch mit Emojis (kleinen Gesichtern oder Symbolen) verdeutlichen.

Inspiration zu möglichen Fragetypen finden Sie zum Beispiel im Anhang der Jugendstudie 2019 (S. 105ff).



Ein Beispiel: Pizza ist total lecker.



Zielgruppe

Je nach Thema der Umfrage kann die Auswahl der Zielgruppe variieren. Zu befragen ist immer die Alters- oder Personengruppe, die vom Thema bzw. der Fragestellung betroffen ist. Das klingt banal, sollte bei der Werbung und Verteilung der Umfrage aber eingeplant werden. Findet eine Umfrage zum Wahlverhalten der Erstwähler/-innen statt, sollten alle Jugendlichen im Alter von 16 – 20 Jahren befragt werden. Bei der Auswahl der Zielgruppe sind rechtliche Aspekte wie Datenschutzbestimmungen und die Einwilligungsfähigkeit zu beachten. In der Regel können Jugendliche ab 14 Jahren an freiwilligen, anonymen Umfragen teilnehmen und das selbst entscheiden. Für Kinder unter 14 Jahren ist gegebenenfalls die Erlaubnis der Eltern einzuholen.

Wir empfehlen, vor allem in Bezug auf spezielle Projektideen, die Personengruppen zu befragen, die aktiv an der Projektumsetzung beteiligt sein könnten bzw. das fertige „Produkt“ später nutzen. Beispielsweise sollte bei der Konzeption eines neuen Spielplatzes die entsprechende Altersgruppe an Kindern befragt werden.

Die hier ausgewerteten Umfragen richteten sich an folgende Altersgruppen:

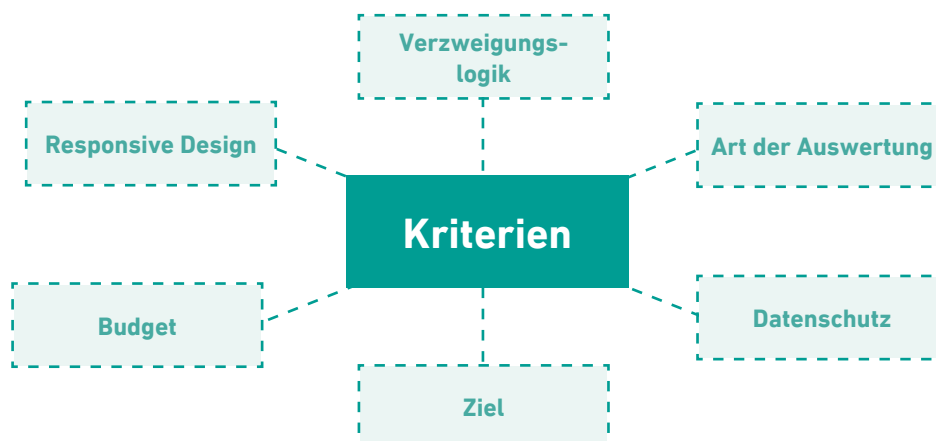
- Durchschnittliche Altersspanne: **12–21 Jahre**
- Jüngste Teilnehmende: **6 Jahre**
- Ältesten Teilnehmende: **27 Jahre**

Digitales Umfrage-Tool

Die Vielzahl an existierenden Umfrage-Tools macht die Auswahl oft schwierig. Nutzen Sie dennoch nicht das erstbeste Programm, sondern machen Sie sich bewusst, auf welche Anforderungen und Rahmenbedingungen es Ihnen vor allem bei der Umfrage ankommt und treffen Sie Ihre Wahl anhand verschiedener Kriterien. Mögliche Auswahlkriterien sehen Sie in der untenstehenden Mindmap.

Immer einen Pretest machen! Die kostenfreie Version unseres Tools ist so... naja. Es war viel händisches Auswerten erforderlich.

Jugendgemeinderats-Betreuerin einer Kommune mit ca. 25.000 Einw.



■ Responsive Design

Bedenken Sie bei Ihrer Toolauswahl, dass Jugendliche das Internet hauptsächlich über das Handy nutzen. Es lohnt sich also, ein Tool auszuwählen, das auch auf dem Smartphone eine übersichtliche Darstellung bietet.

■ Verzweigungslogik

Möglicherweise möchten Sie in Abhängigkeit der Antworten eine oder mehrere Anschlussfragen stellen.

Zum Beispiel Frage 1:

„Gefällt dir das Angebot des Jugendhauses?“

➔ Antwort: Ja, weiter mit Frage 3.

➔ Antwort: Nein, weiter mit Frage 2:
„Was fehlt dir? Was würdest du verändern?“

Finden Sie heraus, ob das Tool eine solche Verzweigungslogik zulässt und ob ggf. weitere Kosten zur Nutzung dieser Funktion anfallen.

■ Art der Auswertung

Überlegen Sie bereits vor der Durchführung der Umfrage, wie Sie die Ergebnisse gerne aufbereiten würden und in welcher Form Sie Ihre Daten benötigen, z.B. zur Präsentation im Gemeinderat oder zum Abdrucken im Stadtblatt. Viele Tools bieten die Möglichkeit, die Ergebnisse direkt in Balken- oder Kuchendiagramme umzuwandeln. Achten Sie darauf, welche Features kostenpflichtig sind (z.B. das Herunterladen der Daten oder Grafiken als Excel-Datei).

■ Datenschutz:

Genügt das Tool den Ansprüchen zum Datenschutz hinsichtlich der Altersgruppe oder spezieller Vorgaben Ihrer Kommune?

■ Ziel

Wählen Sie Ihr Tool entsprechend Ihres Ziels aus. Für eine Live-Abstimmung auf einem Jugendforum werden Sie ein anderes Tool verwenden als für die Abfrage von Ideen zur Umgestaltung des Skaterparks, die dem Gemeinderat vorgelegt werden sollen.

■ Budget

Planen Sie vor der Durchführung Ihr Budget. Wie viel Geld haben Sie für was zur Verfügung? Beachten Sie, dass nicht nur die Anschaffung des Umfrage-Tools Kosten verursachen kann, sondern auch die Streuung der Umfrage (z.B. zielgerichtete Werbung auf Instagram (Targeting!))

Das wichtigste Kriterium stellt in unseren Augen die Art der Auswertung dar. Wenn Sie sich dafür entscheiden eine Umfrage durchzuführen, wollen Sie wahrscheinlich mit den Ergebnissen weiterarbeiten. Daher sind die Auswertung und die anschließende Aufbereitung der Antworten von großer Bedeutung. Außerdem ist zu beachten, dass Social Media-Kanäle nur für ein kurzes Stimmungsbild, aber weniger für eine tatsächliche Umfrage geeignet sind. Andererseits eignet sich Social Media gut, um auf eine Umfrage aufmerksam zu machen und den Link zu verbreiten.

Sehr hilfreich ist die Seite von [jugend.beteiligen.jetzt](https://www.jugend.beteiligen.jetzt). Hier erhalten Sie weiterführende Tipps für die Praxis digitaler Jugendbeteiligung. Unter anderem werden einige Tools vorgestellt. [jugend.beteiligen.jetzt/aktuelles/news/umfragetools-im-ueberblick](https://www.jugend.beteiligen.jetzt/aktuelles/news/umfragetools-im-ueberblick)



„
Ich glaube die Möglichkeit
sich online zu beteiligen, dafür
würde ich mich entscheiden.
Weil wenn man viel zu tun hat,
kann man seinen Input bringen
ohne zu viel Arbeit damit
zu haben.“

**Alina, 19 Jahre, Studentin aus
einem Ort mit 12.000 Einw.**

„
Wenn dann könnte ich mich nur zu einem
bestimmten Thema einbringen oder Online
mitmachen. Ich habe zweimal bis um fünf
Schule, dann noch der Sportverein und
Musik da ist die Woche immer recht voll.“

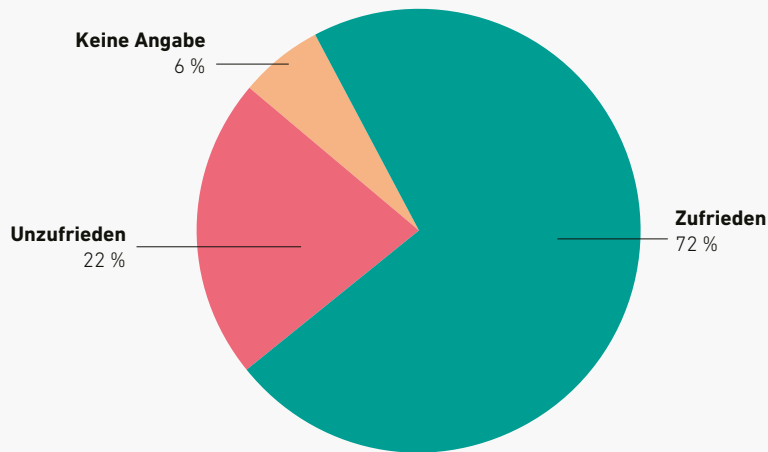
**Jan, 15 Jahre, Gymnasiast
aus einem Ort mit 12.000 Einw.**

Aufwand und Nutzen digitaler Umfragen

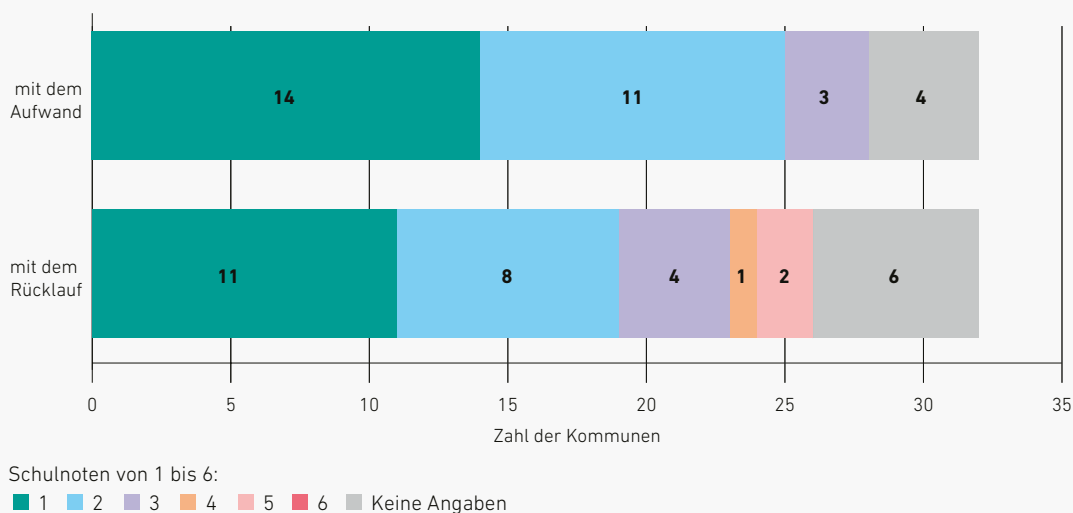
Die befragten Kommunen waren mehrheitlich zufrieden mit ihrer digitalen Umfrage. Besonders

der geringe Aufwand und die Zahl der teilnehmenden Jugendlichen werden gut bewertet.

Zufriedenheit der Kommunen mit ihrer Umfrage (N = 32, Angaben in Prozent)



Zufriedenheit der Kommunen (N = 32)



Inwiefern der Aufwand und der Rücklauf als gut befunden werden, liegt im Auge des Betrachters (oder der Betrachterin). Beide Bewertungskriterien sind jedoch stark voneinander abhängig. Ein hoher im Voraus betriebener Aufwand bei der attraktiven Gestaltung des Fragebogens und bei der gezielten

Werbung steigert in der Regel auch die Rücklaufquote. Beim Rücklauf, vor allem wenn es Ihre erste Umfrage ist, sollten Sie Ihre Erwartungen nicht zu hoch setzen. Eine Vollerhebung unter Jugendlichen ist meist unrealistisch.

Werbung

Eine Online-Umfrage ist kein Selbstläufer und wird daher ohne entsprechenden Werbeaufwand keinen Erfolg haben. Die erste Überlegung muss daher sein, wie man es schafft, möglichst viele Teilnehmende zu mobilisieren.

Es gibt viele Möglichkeiten Werbung zu platzieren. Die Wortwolke zeigt, wie die Kommunen ihre Umfragen beworben haben.

Zum einen ist die Nutzung von Social Media-Kanälen oft sehr wirkungsvoll. Instagram bietet die Möglichkeit, zielgenaue Werbung zu schalten, sodass Ihre Umfrage einer vorher definierten Zielgruppe angezeigt wird. Zumindest im Moment sind viele Jugendliche hier gut zu erreichen. Das kann sich natürlich auch wieder ändern.

Zum anderen konnten in einigen Kommunen durch die enge Kooperation mit Schulen hohe Rücklaufquoten erzielt werden. Im Schulgebäude wurden Plakate ausgehängt, zum Teil wurde die Online-Umfrage sogar während der Unterrichtszeit in Computerräumen durchgeführt. Bei Flyern und Plakaten ist zu beachten, dass sie – außer an der

PLAKATE
HOMEPAGE
SERIENBRIEFE
SOCIAL FLYER
MEDIA
SCHULEN

Schule – an jugendrelevanten Plätzen zu finden sein sollten. Sie können auch mit Anreizen (z. B. Verlosung eines Gewinns unter Teilnehmenden) arbeiten, um die Rücklaufquote zu erhöhen.

Nutzen Sie verschiedene Kanäle, um für Ihre Umfrage zu werben. Überlegen Sie sich, wie und wo Sie die Zielgruppe am besten erreichen!

Auswertung und weitere Verwendung

Wichtig bei der Auswertung ist, dass für die Jugendlichen transparent gemacht wird, was mit ihren Antworten geschieht. Im Idealfall sollten konkrete Projektideen aus den Antworten der Jugendlichen abgeleitet werden, die nach Möglichkeit durch die Kommune unter Beteiligung der Jugendlichen umgesetzt werden. Eine konkrete Verwendung der Antworten steigert die Motivation der Jugendlichen, auch bei künftigen Umfragen erneut teilzunehmen.

Eine Umfrage kann mehrere Funktionen erfüllen:

- Aufmerksamkeit (bei Politik und Verwaltung) für Jugendthemen schaffen
- Konkrete Projekte initiieren

- Lobbyarbeit für bestimmte Vorhaben der Jugendlichen oder der Kommune (Kommunikation in beide Richtungen!)
- Legitimierung und Demokratisierung von Entscheidungen
- Wertschätzung der Meinung der Jugendlichen
- einem Jugendgemeinderat die Meinung der Wähler/-innen vermitteln
- oder im Vorfeld eines Jugendforums die Themen bestimmen

Diese Funktionen sind besser zu erzielen, wenn die Umfrageergebnisse sinnvoll und optisch ansprechend aufbereitet und veröffentlicht werden.

Im Anschluss an die Umfrage wurde eine Stelle für eine/-n Jugendreferent/-in geschaffen und ein Konzept für Jugendbeteiligung erstellt.

Ehemaliger Hauptamtsleiter einer Kommune mit ca. 5.000 Einw.

Umfrage rein über offizielle Kanäle der Stadt zu verteilen, reicht nicht! Unsere Kommune hat einen weitaus besseren Rücklauf erhalten, da die Umfrage gezielter und mithilfe von Multiplikator/-innen über vorhandene Netzwerke und Messenger Dienste gestreut wurde.

Jugendbeteiligungsreferent einer Kommune mit ca. 50.000 Einw.

Umfragen und weitere Beteiligungsangebote vor Ort

Wichtig ist, dass man die Ergebnisse nicht einfach liegen lässt, sondern sie ernst nimmt. Dies ist beispielsweise möglich, indem man Umfragen mit anderen Formaten verknüpft. Fast alle befragten Kommunen bieten weitere Beteiligungsmöglichkeiten an und schaffen so einen Anknüpfungspunkt für Umfragen.

Die Beteiligung von Jugendlichen an der Politik bekommt erst dann eine echte Wirkung, wenn ihre

Interessen auch Eingang in politische Entscheidungsprozesse finden und nicht schon allein dadurch, dass ein Fragebogen verschickt wird. Das gilt es bei der Einordnung der eigenen Umfrage – ob digital oder analog – immer zu bedenken.

Grundsätzlich sind Jugendliche aber oft begeistert von der Möglichkeit, ihre eigene Meinung äußern zu können.

Sowohl eine Umfrage als auch Jugendbeteiligung im Allgemeinen steht und fällt mit engagierten Jugendlichen.

Kinder-/Jugendreferent einer Kommune mit ca. 12.000 Einw.

Es wäre schön, wenn Jugendliche mehr Entscheidungen treffen könnten.

Tina, 17 Jahre, Berufsschülerin aus einem Ort mit 5.000 Einw.

Ich fand [die Umfrage] sehr wichtig weil man jugendliche auch mit einbeziehen kann.

Leon, 15 Jahre, Hauptschüler aus einer Stadt mit 14.000 Einw.

Ich finde die Umfrage ein tolles Projekt. War auch sehr schön mit den Emojis und so gestaltet.

Ben, 15 Jahre, Werkrealschüler aus einer Stadt mit 58.000 Einw.

Ich finde es wichtig seine Meinung zu äußern, vor allem als Jugendlicher und Teil einer Gesellschaft. [...] Am wichtigsten ist dabei aber, dass man selbst aktiv wird und sich für seine Interessen einsetzt.

Ella, 14 Jahre, Gymnasiastin aus einer Stadt mit 8.600 Einw.

Voll toll, dass ihr uns danach fragt, wie wir uns integriert fühlen und ob wir uns als gehört ansehen. Das finde ich cool, denn manchmal fühlt man sich als Jugendliche etwas übergangen.

Chiara, 15 Jahre, Gymnasiastin aus einem Ort mit 4.200 Einw.

Ja, wenn der Bürgermeister die Meinung zu irgendwas von Jugendlichen haben wollte, würde ich dafür zur Verfügung stehen. Halt bisschen lockerer, halt bei Themen die einen interessieren. Wenn ich von sowas [eine Umfrage oder ähnlichem auf der Rathauswebsite] erfahre, würde ich vermutlich mitmachen.

Pawel, 17 Jahre, Gymnasiast aus einem Ort mit 5.000 Einw.

3. Jugendbeteiligungs-Apps in den Kommunen

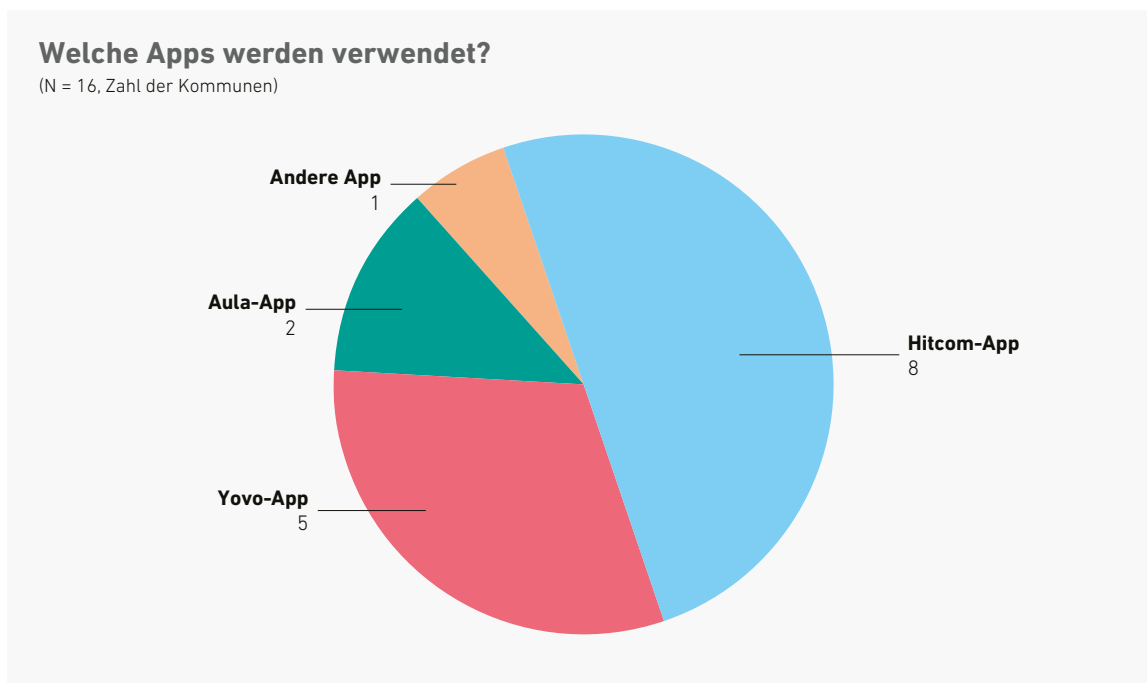
In den letzten Jahren wurden von einigen Kommunen Apps als Methode in der Jugendbeteiligung getestet. Wir wollen hier Informationen zum aktuellen Stand der App-Nutzung in Baden-Württemberg zusammenfassen und Tipps aus der Praxis weitergeben. Außerdem geben wir Hinweise auf Chancen

und Grenzen dieser Form der Jugendbeteiligung. Dabei wurden nur Apps einbezogen, die speziell für Jugendliche konzipiert sind, nicht Beteiligungs-Apps für Kommunen, die sich an „alle“ Bürger/-innen richten.

Aktuelle Situation in Baden-Württemberg

Aktuell werden in Baden-Württemberg unseren Recherchen nach in 16 Kommunen Jugendbeteiligungs-Apps genutzt, vor allem die von **hitcom GmbH** und die **Yovo-App** von **squadhouse media GmbH**. Zwei Kommunen haben außerdem „Aula“ getestet. „Aula“ ist eine App von **politik-digital e.V.** und war zunächst für die Nutzung in der Schule

konzipiert. 2018/2019 wurde die Aula-Plattform und -App in einem Pilotprojekt auch in kommunalen Beteiligungsprozessen getestet. Im Unterschied zu den kommerziellen Anbietern **hitcom** und **squadhouse media** bietet **politik-digital e.V.** seine Plattform und App kostenlos und frei verfügbar an.



hitcom – eine individuelle App für die Kommune

Die **hitcom GmbH** bietet neben Homepages für Kommunen auch Apps an – sowohl allgemeine Bürgerbeteiligungs-Apps als auch spezielle Jugendbeteiligungs-Apps. Diese bieten den Kommunen eine Fülle von Möglichkeiten und können individuell angepasst werden. Wir gehen davon aus, dass wir mit den acht befragten Kommunen den Großteil derer erfasst haben, die zum Erhebungszeitraum (2020) eine **hitcom**-App verwendet haben.

Die Grundstruktur enthält meistens folgende Module:

- eine Registerkarte für aktuelle Nachrichten und Informationen
- ein Umfrage-Tool mit Push-Benachrichtigungen
- einen Veranstaltungskalender
- eine Ideenwand für die Jugendlichen
- eine Pinnwand mit Suche/Biete-Möglichkeiten
- einen Stadtplan z.B. mit Jugendorten
- verschiedene Informationsreiter mit festen Inhalten (z. B. den Öffnungszeiten des Jugendhauses) und
- ein Kontaktformular in der App, um die Ansprechpartner/-innen in der Kommune direkt zu erreichen.

Yovo – eine App für zielgenaue Ansprache

Squadhouse media GmbH hat für Jugendliche die Yovo-App entwickelt. Wir haben die Nutzung der App in fünf Kommunen erhoben; eventuell gibt es weitere.

Die App zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass es eine zentrale Plattform gibt und die Kommune die angemeldeten Jugendlichen gezielt per Push-Benachrichtigungen auf Informationen im Newsfeed oder auf Umfragen aufmerksam machen kann. Durch entsprechende Einstellungen in der App können gezielt bestimmte Altersgruppen oder

Stadtteile angesprochen werden. Neben dem Newsfeed und der Umfragemöglichkeit gibt es noch einen Feedback-Kanal in der App, um die Jugendbeauftragten in der Kommune direkt zu erreichen.

Sowohl der Feedback-Kanal bei Yovo, als auch das Kontaktformular bei **hitcom** kamen allerdings nach Aussagen der Kommunen fast nie zum Einsatz. Die Interaktion mit den Jugendlichen lief in der Regel über die Umfragen in den Apps und über die Ideenwand bei den **hitcom**-Apps.

Aula – ein ganzer Beteiligungsprozess in einer App



Die Aula-App ist nur ein kleiner Teil eines mehrstufigen Beteiligungsprozesses, der für die Mitbestimmung in Schulen konzipiert wurde. Nach unserem Kenntnisstand nutzen nur die beiden befragten Kommunen in Baden-Württemberg die Aula-App in kommunalen Jugendbeteiligungsprozessen.

Alle Jugendlichen können in der App (oder auf einer Website) sogenannte „Wilde Ideen“ formulieren. Jede Idee kann dann von anderen Jugendlichen kommentiert werden, um sie zu verbessern oder weiterzuentwickeln. Erst wenn eine Wilde Idee ein bestimmtes Quorum an Zustimmung erreicht, kommt sie in den sogenannten Themenraum und wird weiterverfolgt. Dort werden mehrere Wilde Ideen zu einem Thema gebündelt und weiterdiskutiert bzw. bearbeitet.

Diese Phase wird nach einer bestimmten Zeit abgeschlossen. Die Ideen können dann z. B. der Kommunalverwaltung zur Machbarkeits-Prüfung übermittelt werden. Bewertet die Kommune die Ideen als umsetzbar, können diese in der App final abgestimmt und dann der Kommune zur Umsetzung vorgelegt werden.

Der Beteiligungsprozess mit Aula sieht vor, dass man sich regelmäßig auch persönlich trifft und die Ideen und Themen diskutiert. Die App ist also so konzipiert, dass immer wieder analoge Schritte dazwischengeschaltet werden. Sie eignet sich im kommunalen Kontext besonders dann, wenn man mit festen Gruppen wie Jugendgremien oder Projektgruppen zusammenarbeitet.

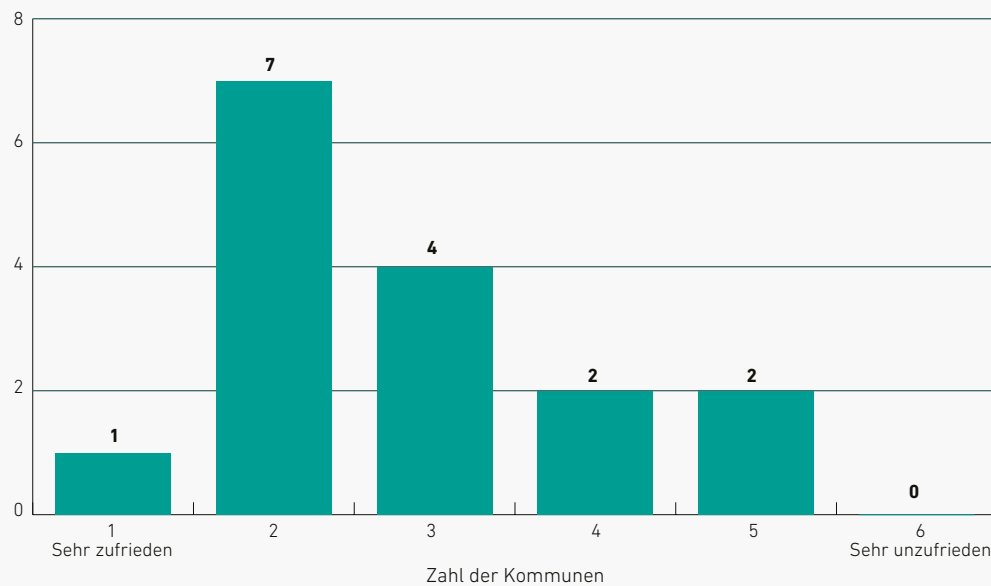
Hard facts: Kosten – Downloads – Zufriedenheit

	Gesamte Downloads der Apps pro Kommune:	Ø 209
	App mit den meisten Downloads:	500
	App mit den wenigsten Downloads:	10
	Anschaffungskosten der Apps:	Ø 8.700 €
	Laufende Kosten der Apps pro Jahr:	Ø 1.300 €

Zu beachten: Downloads sagen nichts über die regelmäßige Nutzung aus und auch nicht, ob auch wirklich Jugendliche aus der Kommune die App heruntergeladen haben. Die Zahl der regelmäßigen jugendlichen Besucher/-innen ist deutlich niedriger als die Zahl der gesamten Downloads.

Viele Kommunen haben die Kosten für die Anschaffung der Apps durch Förderprogramme kompensiert, so dass sie nur einen Teil selbst tragen mussten. Die Aula-App war als Pilotprojekt kostenfrei für die Kommunen verfügbar und ist hier nicht berücksichtigt.

Zufriedenheit mit der App (N = 16)

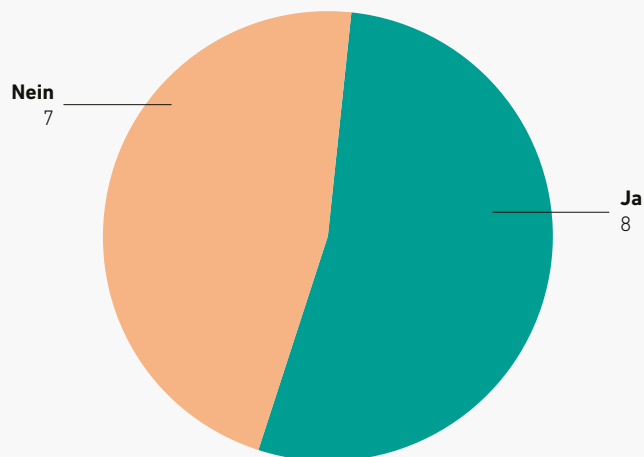


Die Befragten sind grundsätzlich zufrieden mit ihrer jeweiligen App. Allerdings würden nur acht von 15 Kommunen sie noch einmal anschaffen. In einigen Städten und Gemeinden wird der Betrieb demnächst wieder eingestellt, weil sie kaum noch von Jugendlichen genutzt wird. Trotzdem bewerten diese Kommunen die App an sich eher positiv. Als

größte Herausforderung erwies sich oft die Öffentlichkeitsarbeit und die kontinuierliche Pflege und Aktualisierung der Inhalte – nicht die App selbst. (Eine der 16 Kommunen war noch in der Erprobungsphase und konnte noch keine Angaben dazu machen.)

„Würden Sie die App nochmal anschaffen?“

(N = 15)



[Möglichkeit der Online-Beteiligung] Haben wir überlegt, aber wir sind alles nicht so Leute die viel Social Media oder so nutzen. Halten wir für nicht sinnvoll.

**Chris, 18 Jahre, berufstätig
aus einem Ort mit 5.000 Einw.**

Handlungsempfehlungen

Mitbestimmung von Anfang an

Selbst wenn Sie überzeugt sind, dass eine App das richtige Instrument für Ihre Kommune ist, heißt das nicht, dass die Jugendlichen das genauso sehen. Eine App lässt sich immer leichter etablieren, wenn sie auch von den Jugendlichen gewünscht und angenommen wird. Im Vorfeld die Jugendlichen dazu zu befragen, ist ein wichtiger Schritt, um nicht an der Zielgruppe vorbei zu planen. Zudem stehen mit

dem Kauf einer App oft einige Entscheidungen an: Wie soll die App gestaltet sein? Welche Funktionen soll sie haben? Welcher Anbieter ist am überzeugendsten?

Binden Sie Jugendliche in diese Überlegungen ein und machen Sie die Entscheidung über die App selbst zum Beteiligungsthema!

Die Werbekampagne

Jugendliche müssen erfahren, dass es die App gibt und brauchen gute Gründe, um sie herunterzuladen. Eine Werbekampagne ist daher unerlässlich. Die Erfahrung zeigt, dass direkte Ansprache oft effektiver ist als „nur“ Flyer und Plakate zu nutzen. Wichtig ist dabei immer, einen Link mit abzurufen, der zur App im Playstore führt. Das kann ein

QR-Code oder ein Kurz-Link sein. Wenn Sie persönlich z.B. in der Schule, im Jugendhaus oder auf einem Event Werbung machen, sollte ein freies W-LAN für die Jugendlichen verfügbar sein, denn das (monatliche) Datenguthaben ist eine kostbare Ressource für Jugendliche.

Wichtig war uns alle Jugendlichen zu erreichen und nicht nur wenige engagierte. Deswegen war die Werbung in der Schule und dann auch in jede Klasse zu gehen und das ausgiebig vorzustellen wichtig.

Jugendreferent einer Kommune mit ca. 40.000 Einw.

Bitte füttern!

Wenn eine App nicht regelmäßig neue Inhalte bietet, wird sie schnell aussortiert. Die Erfahrung aus den Kommunen zeigt: Wenn die App erst einmal „eingeschlafen“ ist, ist ein „Aufwecken“ oft mühsam; Jugendliche dann zur Nutzung zu bewegen, ist oft mit mehr Energie verbunden. Um das zu vermeiden, ist es wichtig, regelmäßig neue Infor-

mationen, Umfragen etc. in die App einzuspeisen und sie für Jugendliche attraktiv zu halten. Ein regelmäßiges Redaktionstreffen, bei dem neuer Inhalt geplant wird, kann hier helfen die Kontinuität sicherzustellen. Einige Kommunen haben gute Erfahrungen damit, Jugendliche selbst in die Redaktion einzubinden.

Kombination mit anderen Formaten

Überlegen Sie sich, wie die App mit anderen Beteiligungsformaten verknüpft werden kann. Können Sie mit der Anwendung Themen für das Jugendforum priorisieren und die Ergebnisse des Jugendforums danach in der App weiterentwickeln? Nutzt das Jugendparlament die App für Umfragen und

stellt eigene Aktionen ein? Können über die App Projektgruppen entstehen, die dann auch wieder auf dieser Plattform berichten? Möglich ist hier viel, am wichtigsten ist jedoch, dass die Prozesse vor Ort ineinandergreifen und die Potentiale der App auch genutzt werden.

Also online, klar, ist für die meisten wahrscheinlich am bequemsten. Aber es ist halt nochmal was anderes als wenn man sich wirklich trifft und da seine Meinung austauscht.

Lilli, 18 Jahre, Schülerin auf einem beruflichen Gymnasium aus einem Ort mit 70.000 Einw

[ich würde mich am liebsten beteiligen] indem ich mich ... nur zu bestimmten Themen einbringe [und] indem ich online meine Meinung sage... ich fände ne Kombi aus den beiden ... ganz gut, dass man online was sagen kann, aber wenn es mal Redebedarf gibt, sich halt mal trifft.

Annika 16 Jahre, Gymnasiastin aus einem Ort mit 5.000 Einw.

Ressourcen und Motivation

Um eine App als ständigen Kommunikations- und Feedback-Kanal zu etablieren, ist Zeit notwendig. Anschaffung und weiterer Betrieb kosten Geld. Die App-Anbieter leisten in der Regel nur technischen Support und werden Ihnen nicht bei der inhaltlichen Gestaltung unter die Arme greifen. Entscheidet man sich für eine App, sollte man gewillt sein, die nötigen Arbeitsstunden und laufenden Kosten **zusätzlich** einzuplanen. Eine gewisse Affinität für

digitale Tools kann hier Arbeitsschritte abkürzen und helfen, sich in den alltäglichen Anforderungen der App-Verwaltung zurechtzufinden. Hat man weder diese Affinität noch den Willen die notwendige Arbeit zu investieren, kann es leicht passieren, dass die Freude an der Anwendung nur von kurzer Dauer ist und die Anschaffung keinen nachhaltigen Effekt hat.

Die App anzuschaffen hat sich nur gelohnt, weil die Energie auch in die Öffentlichkeitsarbeit investiert wurde. Es war mehr Arbeit die App bekannt zu machen, als die App zu kaufen. Ohne diesen Aufwand hätte es sich vom Ergebnis vermutlich nicht gelohnt.

Hauptamtsleiter einer Kommune mit ca. 10.000 Einw.

Kurz gefasst:

Apps sind wie auch andere Methoden der Jugendbeteiligung sehr von ihrer konkreten Implementierung wie z.B. Werbemaßnahmen und der Nutzung im Beteiligungsprozess abhängig. Einigen Kommunen hat die App einen echten Mehrwert gebracht, in anderen hat sie nicht funktioniert und ist wieder abgeschaltet worden.

Ob eine Jugendbeteiligungs-App funktionieren kann, liegt aber nicht nur am Engagement der Kommune. Auch die Gestaltung der App selbst spielt eine Rolle. Darüber hinaus sollte die App an die Social Media-Kanäle der Jugendlichen ange-dockt sein. Und Speicherkapazität sollte sie auch schonen. Eine Entwicklung hin zu Web-Apps, also auf Smartphones ausgerichtete Internetseiten, die wie Apps aussehen, aber nicht installiert werden müssen, könnte hier in Zukunft Abhilfe schaffen.

Zwar zeigen einzelne Ergebnisse der Befragung, dass Jugendbeteiligungs-Apps anscheinend eher von Jugendlichen genutzt werden, die schon ein höheres Interesse an (kommunal-)politischen Themen und der Gestaltung der eigenen Lebenswelt haben. In der LpB-Jugendstudie zu kommunaler Jugendbeteiligung 2019 gaben allerdings 32,3% der noch nicht beteiligten Jugendlichen an, dass sie ihre Meinung am liebsten online äußern würden. Eine App könnte also Jugendliche zur Beteiligung motivieren, die Sie bisher nicht erreicht haben.

Wer kein Interesse an Kommunalpolitik hat, schaut auch kaum in die App.

Hauptamtsleiterin einer Kommune mit knapp 5.000 Einw.

Ein Tool um Jugendliche digital zu erreichen muss sich gut mit Instagram verknüpfen lassen und darf keinen Speicher auf den Endgeräten verbrauchen.

Jugendreferent einer Kommune mit ca. 30.000 Einw.



Fazit: Praxis digitaler Jugendbeteiligung in Baden-Württemberg

Das Interesse an digitalen Methoden in der kommunalen Jugendbeteiligung ist groß, nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie. Erfahrungen aus der Zusammenarbeit mit kommunalen Mitarbeitenden sowie unsere Befragungen für unterschiedliche Studien (darunter diese Handreichung) zeigen aber ebenso Missverständnisse und Unwissen darüber, wie digitale Jugendbeteiligung aussehen kann.

Wie kann digitale Beteiligung vor Ort gelingen? Was ist der Mehrwert? In dieser Handreichung haben wir drei Methoden digitaler Beteiligung näher beleuchtet: Online-Umfragen, die Online-Wahl des Jugendgremiums und Jugendbeteiligungs-Apps. Zur Verbreitung dieser drei Formen lagen bereits vor Beginn der Erhebungsphase im Sommer 2020 Daten vor, sodass wir davon ausgehen konnten, mit einer zielgerichteten Befragung genügend Informationen aus den Kommunen sammeln zu können. Der Einsatz digitaler Tools in der kommunalen Jugendbeteiligung beschränkt sich natürlich nicht auf die hier beschriebenen Formen; die Praxis ist divers und kombiniert eine Vielzahl von digitalen und analogen Beteiligungselementen.

Das Bewusstsein darüber, was digitale Beteiligungsformen sind, ist in den Kommunen unterschiedlich stark ausgeprägt.

Zwei Beispiele dazu: Es gibt Kommunen, deren Jugendgemeinderat online gewählt wird, die aber in der „Studie kommunale Kinder- und Jugendbeteiligung 2018“ angaben, keine digitalen Beteiligungsformen zu nutzen. Galt also für diese Kommunen die Online-Wahl nicht als „digitale Jugendbeteiligung“?

Umgekehrt stellte sich im Zuge der Befragungen für diese Handreichung heraus, dass die angeblich „digitale Beteiligung“ z. B. bei einem Bauprojekt im Wesentlichen daraus bestand, dass die Kommune die Informationen auf der Homepage veröffentlicht hat.

Diese Handreichung ist ein Beitrag, um das Thema digitale Jugendbeteiligung für Kommunen greifbarer zu machen. Digitale Beteiligung kann also bedeuten, dass Sie z. B. vor einem Jugendforum mithilfe eines digitalen Tools auf einem Stadtplan Projektideen sammeln (Gemeint ist: Ideen sammeln mithilfe von Tools, die eine Stadtkarten-Funktion bieten, z. B. Padlet oder auch OPIN). Die Covid-19-Pandemie hat sicher dazu beigetragen, dass mehr Kommunen als vorher „irgendwas Digitales“ anbieten möchten, aber sich bisher noch wenig darunter vorstellen können.

Die hier gebündelten Erfahrungen der Kolleg/-innen können Impulse für die Umsetzung in Ihrer eigenen Kommune geben. Obwohl wir uns in dieser Handreichung auf drei Methoden beschränkt haben und sich zudem die Ziele der jeweiligen digitalen Umfragen, Online-Wahlen und Beteiligungs-Apps unterscheiden, gibt es einige grundlegende Erkenntnisse, die für alle digitalen Tools gelten:

- 1) Alle Methoden benötigen kontinuierliche Begleitung und Beziehungsarbeit vor Ort, damit sie Erfolg haben. Klar ist: Jugendliche nehmen digitale Methoden nicht allein deswegen an, weil sie digital sind.
- 2) Der Kreis der Beteiligten lässt sich aber vielleicht erweitern, weil der Aufwand auch für die Jugendlichen geringer ist. Diejenigen, die bisher die Verpflichtung für eine Amtszeit im Jugendgemeinderat gescheut haben oder beim Jugendforum aus zeitlichen oder anderen Gründen nicht dabei waren, könnten mit digitalen Beteiligungsangeboten leichter „abgeholt“ werden.
- 3) Wichtig ist die Einbindung in ein Gesamt-Konzept der Jugendbeteiligung. Sie sollten sich im Voraus überlegen, was mit Impulsen aus einer digitalen Umfrage oder App passieren soll.
- 4) Ebenso essentiell ist die Werbung. Jugendliche nehmen kommunale Beteiligungsangebote oft deswegen nicht wahr, weil sie nichts davon wissen. Dafür reicht eine einmalige Informationskampagne wahrscheinlich nicht. Die Angebote müssen regelmäßig bekannt gemacht werden.
- 5) Bevor Sie sich für ein Online-Tool entscheiden, sollten Sie mögliche Vor- und Nachteile abwägen. Berücksichtigen Sie, dass im Vergleich zu einem analogen Verfahren bestimmte andere Faktoren wichtiger werden könnten. Bei Wahlen und Umfragen, die digital durchgeführt werden, entfällt einerseits das händische Auszählen und Auswerten von Papierbögen. Andererseits werden Sie wahrscheinlich andere bzw. zusätzliche Kanäle nutzen, um auf die Online-Wahl oder Umfrage aufmerksam zu machen.

Online-Verfahren in Beteiligungsprozessen lösen vielleicht nicht alle Probleme und sind keine Selbstläufer, sie können aber eine gewinnbringende und sinnvolle Ergänzung zu bestehenden Angeboten sein, mit denen mehr und vielleicht auch andere Jugendliche als bisher erreicht werden.

**In diesem Sinne:
Viel Spaß beim Ausprobieren!**

lpb

Landeszentrale
für politische Bildung
Baden-Württemberg

Weitere Informationen unter:
www.lpb-bw.de/jugend-politik

